

MANUAL DE OPERACIONES

CAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES HISTÓRICOS

TEMPORADA 2026



Real Federación Española
de Automovilismo



Real Federación
Española de
Automovilismo

MANUAL DE OPERACIONES CAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES HISTÓRICOS TEMPORADA 2026



1. PRESENTACIÓN
2. INTRODUCCIÓN
3. BRANDING
4. SOPORTES DE IMAGEN
5. MARKETING, PRENSA Y PROTOCOLO
6. ACREDITACIONES
7. CUADRO DE PENALIZACIONES



1. PRESENTACIÓN



Este Manual de Operaciones, con carácter plenamente reglamentario, asiste al organizador de cada una de las pruebas del CAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES HISTÓRICOS – CERH en una serie de aspectos relacionados principalmente con el marketing, la imagen corporativa, la difusión, etc...

Además de las obligaciones expresamente recogidas en este Manual, se requerirá de la mayor colaboración posible por parte del organizador para poder implementar los diferentes acuerdos de patrocinio del CERH .

Para cualquier duda o ampliación de información, petición de materiales gráficos, solicitudes de aprobación de diseño, consulta de eventualidades concretas y, en general, en todo a lo que se refiere a los aspectos tratados en este Manual de Operaciones diríjense a:

Daniel Ceán-Bermúdez
comunicacion.cervh@rfeda.es

2. INTRODUCCIÓN



- 1) En todas las pruebas puntuables del CAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES HISTÓRICOS, es obligatorio implementar la imagen oficial del CERH y de sus diferentes patrocinadores.
- 2) La organización de cada prueba puntuable designará una persona responsable para centralizar y canalizar todos los aspectos relacionados con la imagen pública de las pruebas puntuables. Esta persona, que puede compartir funciones con las tareas de prensa y protocolo, trabajará de manera conjunta con el Departamento de Marketing del CERH.
 - *Daniel Ceán-Bermúdez*
 - comunicacion.cervh@rfeda.es
- 3) Para la correcta implementación de la imagen solicitada se deberá utilizar el presente Manual de Operaciones que pertinentemente se remitirá a cada organización.
- 4) Será requisito indispensable, antes de su publicación, bien sea en soporte físico o virtual, remitir el elemento de imagen en cuestión (placa, cartel, photocall, arco y banner tv) a comunicacion.cervh@rfeda.es que validará de manera expresa el documento remitido o aportará las indicaciones concretas para su corrección. Si en el plazo de 72 horas desde la remisión del elemento de imagen en cuestión no se obtuviera ninguna respuesta por parte de la RFEDA, dicho elemento se entenderá tácitamente aprobado y, por lo tanto, validado para su publicación.

3. BRANDING/WORDING



CAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES HISTÓRICOS¹
CERH²
#CERH³

- 1 - Denominación completa*
- 2 - Denominación abreviada*
- 3 - Denominación en RRSS*

3. BRANDING



b) SOPORTES DE IMAGEN

El CERH facilitará el acceso a los diferentes materiales (logotipos y simulaciones) a implementar con el fin de homogeneizar la identidad corporativa del campeonato. Estos artes finales no pueden ser, salvo autorización expresa, alterados por terceros.

Es muy importante realizar la descarga de logotipos cuando se vayan a utilizar ya que siempre estarán disponibles en el enlace de descarga las últimas versiones aplicables. No servirá de justificación, ante posibles incumplimientos de este Manual, alegar una descarga de materiales previa en el tiempo. Por su parte, el CERH se compromete a anunciar a los organizadores cualquier modificación sobrevenida de logotipos y materiales.



<https://www.rfeda.es/docs/2026/IMAGENCORPORATIVACAMPEONATOS/IMAGEN%20CORPORATIVA%20-%20CERH.zip>

LINKS DE DESCARGAS (logotipos y ejemplos soportes)

4. SOPORTES DE IMAGEN



ALCANCE DE LA OBLIGATORIEDAD

EL ALCANCE DE LA OBLIGATORIEDAD DE ESTE MANUAL DE OPERACIONES ABARCA **TODOS** LOS ELEMENTOS DE IMAGEN DE LA PRUEBA.

EN CONSECUENCIA, **TODOS** DEBERÁN SER VALIDADOS PREVIAMENTE A SU PUBLICACIÓN Y/O PRODUCCIÓN.

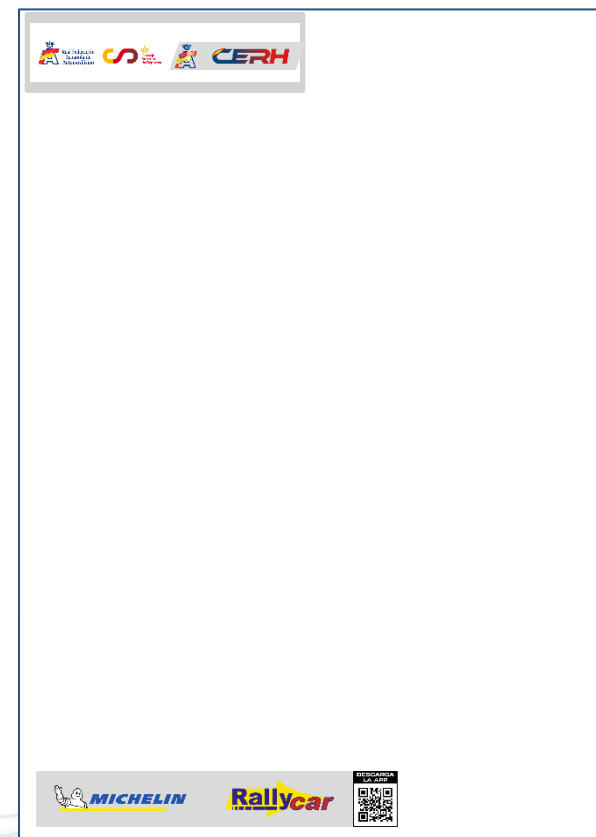
LOS ELEMENTOS QUE, EN LAS SIGUIENTES PÁGINAS, SE DETALLAN SON LOS MÁS HABITUALES, PERO **TODOS** LOS ELEMENTOS DE IMAGEN CON TRANSCENDENCIA PÚBLICA DEBERÁN ESTAR VALIDADOS.

4. SOPORTES DE IMAGEN



1. CARTEL

- Deberá prever una reserva de espacio para el *pool* de patrocinadores del CERH y el QR de descarga de la APP del campeonato. El fondo gris reflejado en el ejemplo es una simple referencia del espacio ocupado.
- Esta reserva de espacio será:
 - En tamaño A4 (210x297 mm)
 - Banner superior: 75x21 mm
 - Banner inferior horizontal: 130x15 mm o vertical: 75x34mm
 - En tamaño A3 (297x420 mm)
 - Banner superior: 150x42 mm
 - Banner inferior horizontal: 260x30 mm o vertical: 150x68 mm
- La ubicación preferencial del espacio reservado para la pastilla del CERH será en la parte inferior izquierda del cartel.
- Se recomienda aplicar el QR de descarga de la APP del campeonato junto al banner inferior. En caso de aplicar los logos individualmente, el QR podrá implementarse de forma libre siempre y cuando permita la correcta lectura del código.
- Los logotipos corporativos de RFEDA y CSD estarán ubicados en la zona de logotipos institucionales junto a las entidades locales.
- **Deberá ser aprobado por la RFEDA antes de su publicación y/o producción.**



Fondo gris: espacio CERH
Fondo blanco: espacio organizador

4. SOPORTES DE IMAGEN



2. DOCUMENTOS OFICIALES

Deberá ser aprobado por la RFEDA antes de su utilización.

Respecto al diseño de los documentos oficiales de cada prueba (cabecera y pie), deberán ser remitidos al Departamento Técnico, al Departamento Deportivo y al Departamento de Marketing dos semanas antes de la celebración de la prueba para su validación.

Nº	COMPETICIÓN	UBICACIÓN / PUESTO ORGANIZADOR	FECHA / PERÍODO	UBICACIÓN	AUTONOMÍA	GRUPO ORGANIZADOR	TIPO DE PRUEBA	PROFESIÓN ORGANIZADOR
1	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
2	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
3	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
4	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
5	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
6	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
7	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
8	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
9	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
10	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
11	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
12	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
13	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
14	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
15	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
16	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
17	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
18	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
19	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
20	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
21	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
22	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
23	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
24	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
25	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
26	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
27	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
28	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
29	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
30	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
31	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
32	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
33	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
34	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
35	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
36	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
37	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
38	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
39	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
40	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
41	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
42	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
43	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
44	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
45	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
46	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
47	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
48	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
49	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ
50	ARAGON MOTORSPORT N	SOAN DE LA UCA	ARAGON DE COLEPE BARR	BARCELONA	ARAGON	ARAGON	RAZ	RAZ

Fondo gris: espacio CERH
Fondo blanco: espacio organizador



4. SOPORTES DE IMAGEN



3. PHOTOCALL

Cualquier soporte de imagen, tipo photocall, que el organizador quiera producir para usos como: rueda de prensa, elección orden de salida, pódium entrega de premios... deberá ser validado expresamente por el dispositivo de marketing del CERH.

El diseño, en cuanto al reparto de espacios, deberá mantener la proporción habitual en todo este Manual de Operaciones, es decir, presencia al 50% del *pool* de patrocinio local y del *pool* de patrocinio del certamen.

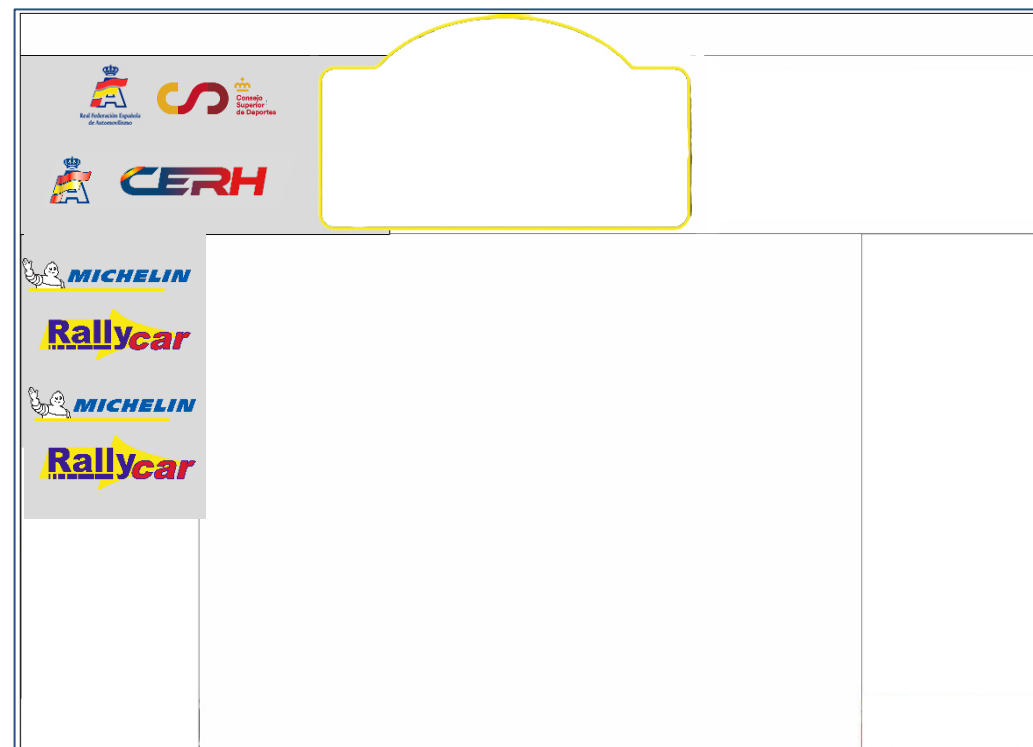
4. SOPORTES DE IMAGEN



4. ARCO SALIDA/META

El Organizador deberá prever un pódium de construcción sólida que incluya, en los espacios indicados en el croquis de ejemplo, los logotipos del CERH.

Este pódium, en cualquier configuración planteada y validada, deberá contener la imagen de los patrocinadores, de una forma clara y a la vista del público.



Fondo gris: espacio CERH
Fondo blanco: espacio organizador

4. SOPORTES DE IMAGEN



5. BANNER TV

El organizador se compromete a comunicar, con la debida antelación, su dispositivo de publicidad estática en cualquier parte del recorrido de la prueba para el objetivo de la mejor coordinación posible de cara a la consecución del mayor retorno de difusión.

El organizador contará con el soporte del CERH a la hora de implementar sus publicidades locales (ver ejemplo). El organizador podrá solicitar al campeonato la producción, a su cargo, de aquellos soportes publicitarios que, manteniendo el estándar del certamen, necesite.

Los soportes utilizados (tipo de material) serán comunicados y validados necesariamente en el plazo indicado por el cronograma incluido en este Manual.



4. SOPORTES DE IMAGEN



6. PÁGINA WEB

El organizador deberá disponer de una página web en la que figure toda la información de la prueba, así como la referencia clara con links activos hacia la web del CERH.

La web de cada rallye del CERH incluirá la presencia, en modo parejo a la del *pool* del patrocinio local, de los logotipos de las marcas patrocinadoras del certamen.

Respecto de la información de tiempos online, el organizador se compromete a acordar con su proveedor que las páginas de consulta estén completamente libres de publicidad. Se valorará positivamente que el organizador/proveedor faciliten la consulta en exclusiva desde las webs del organizador y del certamen.

5. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



Todas las pruebas del CAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES HISTÓRICOS – CERH, deberán contar con un Responsable de Marketing, un Responsable de Prensa y un Responsable de Protocolo, pudiendo ser, previa notificación, la misma persona quien desarrolle dichas responsabilidades.

Es responsabilidad del organizador, con el objetivo de desarrollar el trabajo de la manera más exitosa posible, comunicar la designación de dicha persona o personas con la mayor antelación posible a la fecha de la realización de la prueba.

5. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



a) RESPONSABLE DE MARKETING

Deberá existir una persona Responsable de Marketing en todas las pruebas puntuables del CERH. Esta persona deberá figurar en el reglamento particular de la prueba y trabajará en colaboración con el responsable de marketing del CERH designado a tal efecto, con el fin de coordinar esfuerzos y maximizar resultados.

La figura del responsable de Marketing y su buena actuación es vital para la correcta aplicación de imagen en los soportes tanto digitales como físicos de las respectivas pruebas del CERH.

5. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



b) RESPONSABLE DE PROTOCOLO

Deberá existir una persona Responsable de Protocolo en todas las pruebas puntuables del CERH. Esta persona deberá figurar en el reglamento particular de la prueba y trabajará en colaboración con el responsable de protocolo del CERH designado a tal efecto, con el fin de coordinar esfuerzos y maximizar resultados.

La figura del Responsable de Protocolo y su buena actuación es vital para la coordinación y desarrollo del evento durante la prueba. Su labor abarca tanto las relaciones institucionales como la relación con patrocinios privados locales y del campeonato.

5. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



b) RESPONSABLE DE PROTOCOLO

FUNCIONES:

1. Toda organización de una prueba debe designar una persona encargada del Protocolo que estará presente durante el tiempo que dure el evento.
2. En cualquier prueba es habitual la presencia de Autoridades, Patrocinadores, invitados VIP y miembros del Comité Organizador, lo que hace necesario que el responsable de Protocolo actúe como coordinador en momentos clave, como puedan ser la presentación de la prueba, la posible ceremonia de salida y de pódium, así como todos aquellos actos enmarcados en la carrera (cena oficial, traslado de autoridades, etc.).
3. Para realizar correctamente su trabajo, el responsable de Protocolo deberá contar con una relación lo más completa posible de todas las Autoridades y personalidades que deberán tener presencia en los actos más relevantes.
4. Es imprescindible que el responsable de Protocolo esté familiarizado con el orden de precedencia establecido por la RFEDA para la entrega de trofeos, así como con la ordenación de banderas y ubicación de personalidades en presentaciones, cenas y cualquier otro acto derivado de la prueba.
5. Esta persona deberá estar en contacto directo con el principal responsable del Comité Organizador, para quien será una figura de apoyo y asistencia en cuestiones de protocolo, relaciones públicas y atención a autoridades e invitados VIP.

5. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



c) RESPONSABLE DE PRENSA

Deberá existir una persona Responsable de Prensa en todas las pruebas puntuables del CERH. Esta persona deberá figurar en el reglamento particular de la prueba y trabajará en colaboración con el responsable de prensa del CERH designado a tal efecto, con el fin de coordinar esfuerzos y maximizar resultados.

La figura del Responsable de Prensa y su buena actuación es vital para la difusión de imagen del CERH. Su labor abarca tanto las relaciones con los profesionales de la comunicación antes, durante y después de la carrera, como velar por el buen funcionamiento de todas las áreas de trabajo para la prensa. Con el fin de llevar a cabo su labor de la forma más eficaz posible.

5. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



c) RESPONSABLE DE PRENSA

1. ACTUACIÓN ANTES DE LA PRUEBA:

a) Antes del inicio de la prueba se deberá confeccionar un listado de los principales medios de comunicación que habitualmente cubren la especialidad en la que se encuadra la prueba, así como la prensa local y regional del lugar que acoge el evento. Este listado es importante en cuanto a los contactos a realizar previos a la carrera que propiciarán la máxima difusión a través de los medios.

b) El responsable de prensa deberá preparar la Sala de Prensa adecuadamente para los días de la prueba. Es importante tener en cuenta la necesidad de personal de apoyo, así como la dotación de material en caso de que la magnitud de la prueba así lo requiera.

c) En el caso de que tenga lugar la presentación oficial de la prueba, será misión del responsable de prensa atender a los medios de comunicación que acudan a la misma, así como emitir un comunicado sobre el desarrollo del acto inmediatamente después de su celebración.

d) El organizador deberá elaborar sus propias acreditaciones para aquellos medios que no estén acreditados de forma permanente por la RFEDA. Todo profesional que posea la Acreditación Permanente de la RFEDA deberá tener los mismos derechos que aquellas personas acreditadas por el organizador.

e) Para facilitar la labor de la Prensa es recomendable elaborar un dossier informativo con los datos más relevantes de la prueba.

5. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



c) RESPONSABLE DE PRENSA

2. ACTUACIÓN DURANTE LA PRUEBA:

- a) Durante el horario establecido para la sala de prensa, el responsable, o alguna persona destinada a tal efecto, deberá estar presente en la misma recibiendo y atendiendo a todos los medios que se dirijan a este recinto.
- b) Debemos tener en cuenta que para muchos medios la sala de prensa es el lugar de referencia para realizar su trabajo, por lo que deberán tener información actualizada en todo momento (tiempos, clasificaciones, incidencias, etc...).
- c) Además de atender personalmente a los medios que allí se dirijan, es recomendable tener un teléfono de atención a la prensa para responder aquellas consultas que se realicen durante el desarrollo de la prueba.

5. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



c) RESPONSABLE DE PRENSA

3. ACTUACIÓN DESPUÉS DE LA PRUEBA:

- a) Se deberá prever un sistema rápido de publicación y difusión de las clasificaciones, tanto de entrenamientos como de las carreras.
- b) Tras la carrera, es obligatorio que el responsable de Prensa elabore y difunda un comunicado en el que se dé cuenta de lo acontecido en la misma, la clasificación y las declaraciones más importantes de los pilotos participantes.
- c) Según la magnitud de la prueba y la posible prensa interesada, deberá organizarse inmediatamente después de la finalización de esta, una rueda de prensa oficial.
 - 1. Para la rueda de prensa se debe prever un sistema de megafonía, mesas y sillas para un máximo de seis deportistas: para los pilotos y copilotos (si los hubiese) de los puestos 1º, 2º y 3º.
 - 2. La rueda de prensa es aconsejable que sea pública a todo aquél que quiera asistir, sea o no medio de comunicación, siempre y cuando la sala donde se realiza lo permita.
- d) Se recomienda la realización de un informe de repercusión de la prueba realizado por una empresa especializada (consultar el proveedor validado por la RFEDA) así como una relación de todos los medios de prensa acreditados.

5. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



SALA DE PRENSA

Cada prueba tiene una serie de condicionantes que deberán ser tenidos en cuenta para la atención y trabajo de la Prensa, así como para la información de los aficionados.

En todas las pruebas puntuables se recomienda habilitar una zona específica para que la Prensa pueda instalar sus equipos y trabajar cómodamente. A este espacio le denominaremos Sala de Prensa.

La buena atención a la Prensa nos garantiza una amplia difusión de cualquier prueba automovilística. Esta difusión repercutirá directamente tanto en la notoriedad de la prueba como en el reconocimiento de la misma por parte de las instituciones, así como la captación de posibles patrocinadores, colaboradores, inscritos y público.

5. MARKETING, PROTOCOLO Y PRENSA



ESPACIO ENTREVISTAS TV

El organizador deberá tener previsto un espacio en la zona de parque cerrado final para la realización de las entrevistas para el programa Racing for Spain.

Se exigirá que los ganadores, piloto y copiloto, de las cinco categorías con rango de Campeonato de España ('pre 81', 'pre 92', 'pre 2000', 'regularidad sport' y 'regularidad') pasen, previo a verificar y a la entrega de premios, por ese espacio.

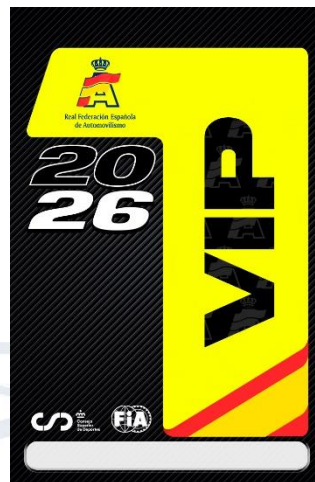
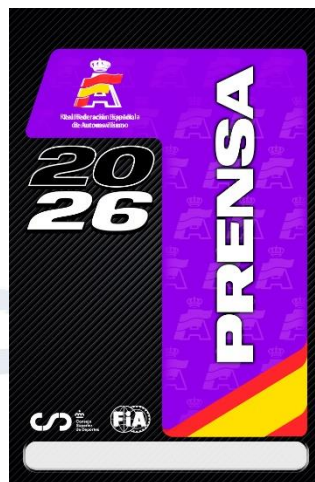
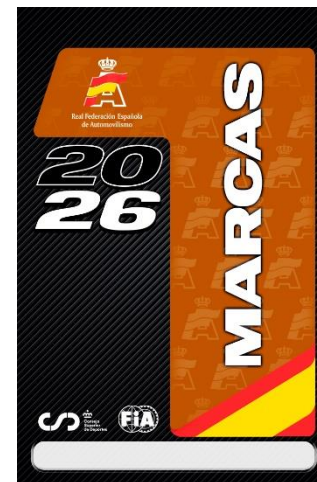
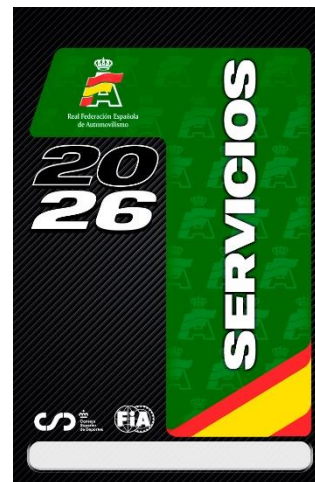
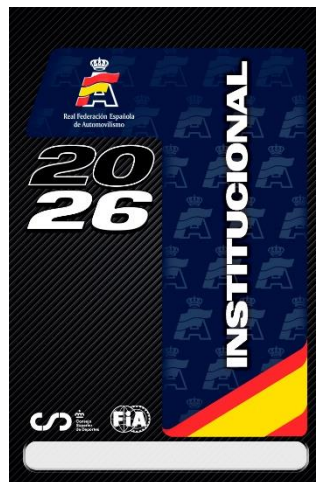
6. ACREDITACIONES



NORMAS GENERALES

1. Las Acreditaciones Permanentes de la RFEDA tienen validez plena en las pruebas del CAMPEONATO DE ESPAÑA DE RALLYES HISTÓRICOS – CERH, conviviendo con las acreditaciones particulares de cada prueba.
2. Cada prueba deberá implementar planillos de acceso que permitan controlar el acceso de las diferentes acreditaciones a espacios como, por ejemplo, parques de asistencia, oficina permanente...
3. ESPECIAL IMPORTANCIA - requiere la previsión, y aplicación efectiva, de la prestación que permite, a las diferentes tipologías de acreditaciones permanentes, poder aparcar vehículos en zonas restringidas con la sola presentación de la acreditación permanente personal.
4. EN NINGÚN CASO, SE REQUERIRÁ DEL USO DE NINGUNA ACREDITACIÓN LOCAL PARA ACCEDER A LAS INSTALACIONES DEL EVENTO.

6. ACREDITACIONES

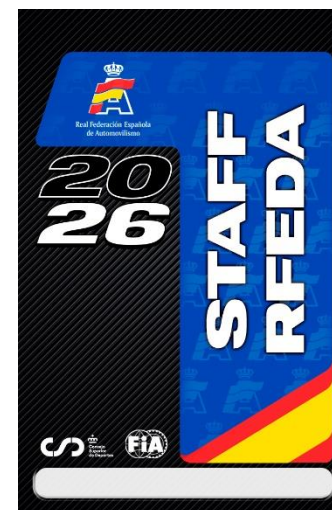


6. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN RFEDA + COCHE

1. Esta acreditación está destinada al personal interno de la RFEDA y a las personas designadas por la RFEDA en los diferentes reglamentos particulares.
2. Su uso será válido para el acceso a:
 - Asistencia
 - Parking asistencia (con vehículo hasta completar aforo)
 - Pódium
 - Sala de Prensa
 - Dirección de carrera/Colegio de Deportivos
 - Verificaciones
 - Cualquier recinto relacionado con el desarrollo de la competición



6. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN DE OFICIALES

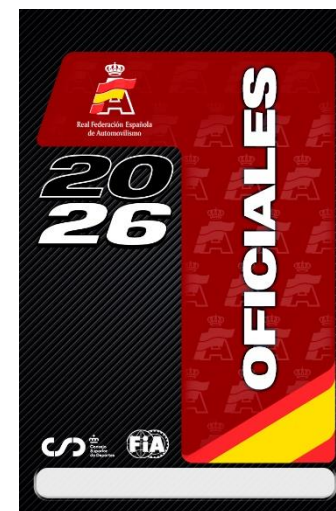
1. Esta acreditación será exclusivamente de trabajo y estará destinada a los oficiales permanentes que realizan una labor continuada en los distintos Campeonatos, Copas y Trofeos de España de la temporada 2026.

2. Tendrán derecho a la misma:

- Los Oficiales Permanentes de la RFEDA.

3. Su uso será válido para el acceso a:

- Asistencia
- Parking asistencia (con vehículo hasta completar aforo)
- Dirección de carrera/Colegio de deportivos
- Verificaciones



6. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL

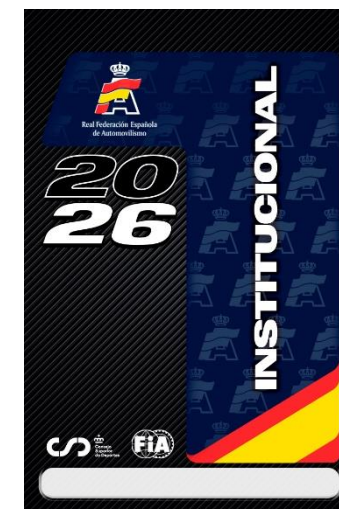
1. Esta acreditación estará destinada a las personas cuya vinculación a la RFEDA tenga un carácter institucional.

2. Tendrán derecho a la misma:

- Miembros de la Asamblea General
- Miembros de la Junta Directiva de la RFEDA
- Miembros del Comité de Apelación y Disciplina (C.A.D)
- Presidentes de Comisiones Deportivas
- Patrocinadores Globales de la RFEDA
- Promotores de certámenes aprobados por la RFEDA

3. Su uso será válido para el acceso a:

- Asistencia
- Parking asistencia (con vehículo hasta completar aforo)
- Pódium
- Dirección de carrera/Colegio de deportivos (mediante un *sticker* eventual de la prueba en cuestión)



6. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN SERVICIOS

1. Esta acreditación será exclusivamente de trabajo y estará destinada al personal técnico, mecánico y de soporte y logística de las marcas registradas (Tipo A, B y C) y de los proveedores de servicios autorizados por la RFEDA, que realizan una labor continuada en los distintos Campeonatos, Copas y Trofeos de España de la RFEDA de la temporada 2026.

2. Tendrán derecho a la misma:

- Marcas registradas TIPO A: 8 unidades
- Marcas registradas TIPO B: 2 unidades
- Marcas registradas TIPO C: 2 unidades
 - Suministradores de neumáticos: 4 unidades
- Proveedores de servicios autorizados por la RFEDA
- Colaboradores de la entidad

3. Su uso será válido para el acceso a:

- Asistencia
- Parking asistencia (con vehículo hasta completar aforo)
- Verificaciones

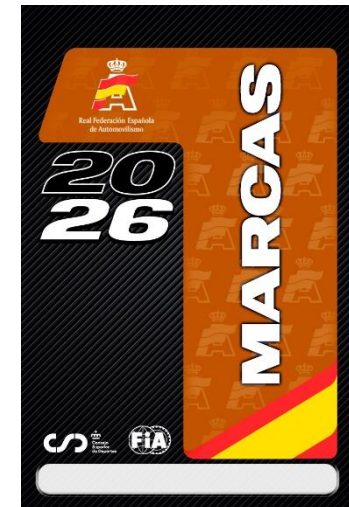


6. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN MARCAS (REGISTRADAS)

1. Esta acreditación estará destinada a los miembros de las marcas registradas (Tipo A, B y C).
2. Tendrán derecho a la misma:
 - Marcas TIPO A: 5 unidades
 - Marcas TIPO B: 2 unidades
 - Marcas TIPO C: 2 unidades
3. Su uso será válido para el acceso a:
 - Asistencia
 - Parking asistencia (con vehículo hasta completar aforo)
 - Pódium
 - Sala de prensa



6. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN PRENSA

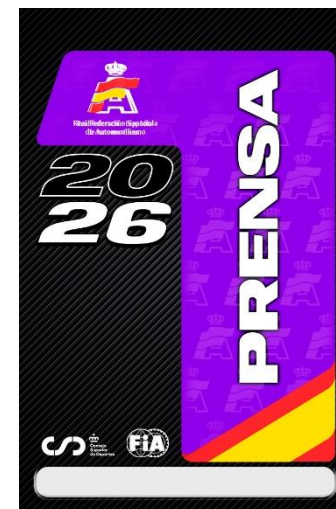
1. Esta acreditación será válida para todas las pruebas puntuables de los Campeonatos, Copas y Trofeos de España de la RFEDA de la temporada 2026.

2. Tendrán derecho a la misma:

- Profesionales de medios de comunicación que hayan solicitado la acreditación en el plazo establecido por la RFEDA y que, habiendo leído y aceptado los términos y condiciones de su uso, cumplan los requisitos establecidos en la normativa de acreditaciones de prensa 2026. (Más info: <http://www.rfeda.es/prensa>)

3. Su uso será exclusivo para el acceso a:

- Parking asistencia (con vehículo hasta completar aforo)
- Pódium
- Sala de prensa

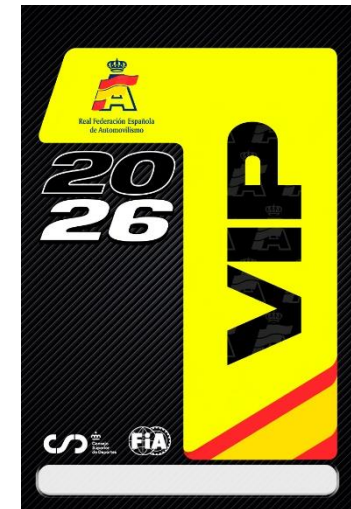


6. ACREDITACIONES



ACREDITACIÓN VIP

1. Esta acreditación se emitirá a exclusivo criterio de la RFEDA y tras propuesta de las distintas entidades, marcas y patrocinadores.
2. Su uso será válido para el acceso a:
 - Parking asistencia (con vehículo hasta completar aforo)



7. CUADRO DE PENALIZACIONES



El incumplimiento de las indicaciones que, con valor reglamentario, se realizan en este manual de operaciones, estará reflejado en el informe del observador de la prueba podrá conllevar aparejada la imposición de sanciones que van desde los 300€ a la exclusión del calendario.

Cualquier incumplimiento, doloso o negligente, de las obligaciones reflejadas en este manual de operaciones podrá ser objeto de sanción tras comunicación previa al organizador.

A modo de ejemplo, y en base a la experiencia acumulada, los incumplimientos más habituales son:

Publicación/producción de soportes de imagen sin validación previa.

No comunicación de los responsables de marketing, prensa y/o protocolo antes de 3 meses del evento.

Incumplimiento de la Normativa de Acreditaciones 2026 así como la no implementación del planillo de accesos.

Será el comité ejecutivo, en base al informe, quien indique graduación o tipología de sanción.



Real Federación Española
de Automovilismo



Real Federación
Española de
Automovilismo